下载APP

01 | 当别人说产品体验不好的时候，他在说什么？

2021-01-06 炒炒

体验设计案例课 进入课程 >

讲述：炒炒
时长 15:59 大小 14.64M

你好，我是炒炒。

今天，是我们这个课程的第一讲，我想先和你聊一聊用户的体验这件事。

记得有一次，我的老板在工作群里发了这样一条消息：

> “这是我用过最难用的新闻资讯产品，字小、加载也慢、新闻还是几天前的。我想把新闻分享到微信群里，我也没找到入口在哪，多刷几次居然闪退了，体验真差！”

老板指责的正是我们新做的一个新闻资讯模块，这老板一吐槽，各关联方马上联动了起来：

产品经理开始回溯新闻资讯的供应商，梳理新闻来源，优化现有的新闻推送机制，还马上将单条新闻分享到第三方应用纳入到紧急需求，优先级也从 P2 调整到 P0；

设计小伙伴赶紧查了老板的手机型号和操作系统，并对同类产品做了分析，还分析了用户的年龄分布，制定了字号、行距等标准规范，同时排查多种手机型号和系统的适配问题；

开发小伙伴立马监控了系统的稳定性、与第三方对接的响应时效等情况。

你发现了吗，在这个故事中，**体验不好只是一个感受问题，导致体验不好的原因却是多方面的。**

那么，当别人在说一个产品体验不好的时候，他到底在说什么？作为设计人员，我们怎样才能发掘出他吐槽和埋怨的背后原因呢？

为此，我给你总结了一个“一句话”方法：**到底是谁发现了问题**，**发现的是哪种体验问题？**

你是不是感觉这句话也太简单了，这谁不知道呀？但其实，能够做到的人却很少。接下来，我就带你一起来分析一下如何利用这句话，挖掘体验差的背后原因。

用户到底是谁？

首先，是谁在说体验不好？是用户。**用户是谁？用户是使用产品的人。**

产品可能都是一样的，但是使用产品的人却是千差万别的，每个人的消费偏好都不一样。

比如说，我们现在给一个老人送一台最新款的华为 Mate xs 5g 折叠屏手机，他会说：这不好用，还不如我花 59 块钱买的纽曼老人机呢！老人机字大、声音大、充一次电用一个星期，还是按键的，按一下响一下，有手感，特别得劲儿。

这位老年用户说的华为 Mate xs 的体验不好是真的吗？是真的。

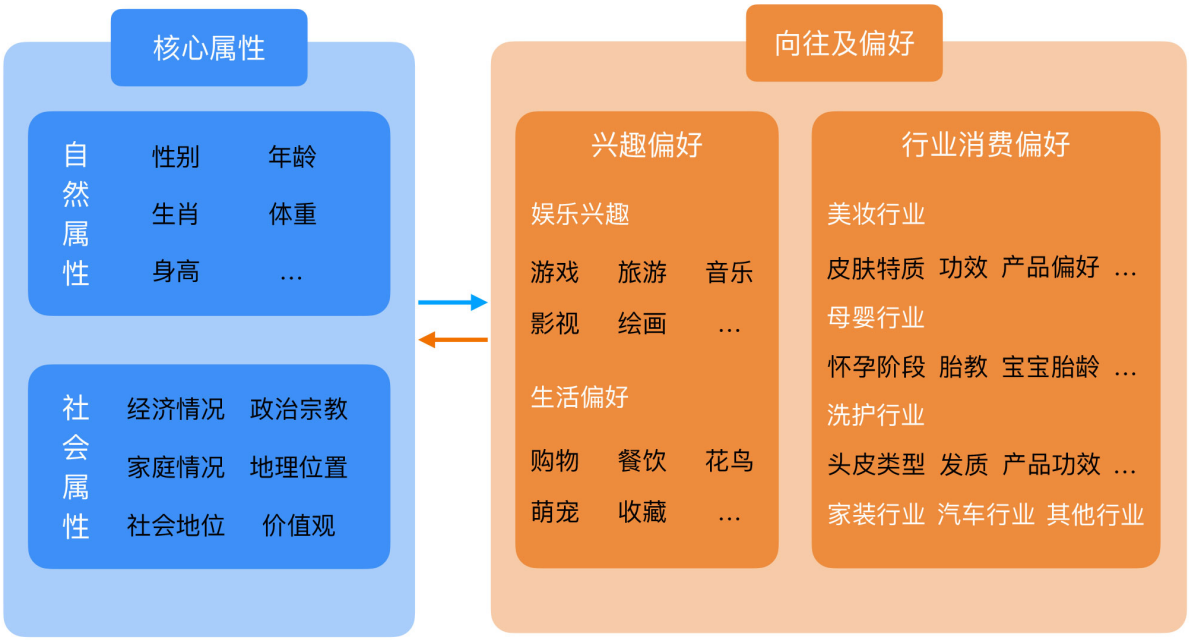
在这个老年用户面前，59 元纽曼老人机的体验确实大大好过于 19288 元的华为 Mate xs 5g 折叠屏手机。但换一种说法，华为这款手机的目标用户也并不是这位老人。

所以，虽然我们无法生产让人人都满意的产品，但是我们却可以让一类人满意，而这一类人才是我们的目标用户。有的时候，不是产品不好，只是用户和我们的产品不适合。所以我们可以得出个结论，**我们定义目标用户，应该要以我们所处的行业为边界，立体地去刻画一类人。**

然后在体验设计的时候，我们要确认，我们的产品是不是符合这类人的整体消费偏好。

什么是整体消费偏好？我们可以把它分为两个属性部分：

整体消费偏好 = 核心属性 + 向往及偏好属性。



极客时间

其中，核心属性决定了一个自然人的底层核心属性，是在时间和际遇的长河中缓慢形成的，很难突然发生很大的变化。它和向往及偏好属性之间是相互影响的，最终影响用户的整体消费偏好。

比如说，年轻人比老年人更喜欢旅行和萌宠，男性比女性更偏爱于游戏和数码电子。不同的目标用户对同一类产品有着不同的诉求，所以，在体验设计上，就会有不同的倾向性。

其实，明确目标用户这件事，很多人都懂，但是很多人也常常会忽视。尤其是刚入职的新手设计师，往往想的总是怎么做出一个精美或者酷炫的设计，却忘了他的用户喜欢不喜欢。

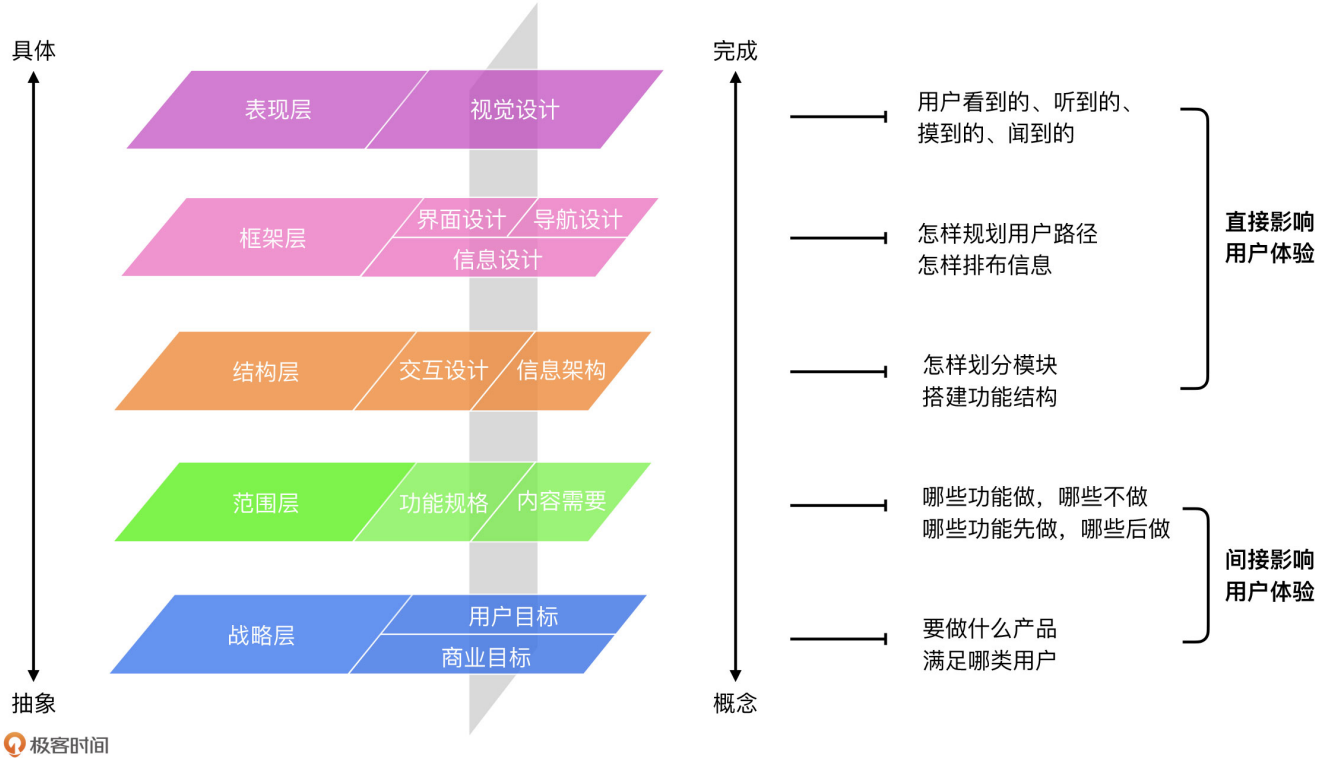
体验如何分层？

拆解完用户，接下来，我们分析一下“一句话”方法里的后半句：用户发现的是哪种体验的问题。

用户在使用一个产品的时候，也许他会说，这个产品哪里体验好，或者这个产品哪里体验差。那么，我们能不能把“体验”分个类呢？

虽然体验看似很抽象，但也是可以拆分的。如果你了解过体验设计，那么你可能听说过 Garrett 老师在 2007 年出版的《用户体验要素》这本书。

在这本书中，Garrett 提出了一个从五个要素自下而上地建设用户体验的观点，如今看来，这样的划分还是非常系统、专业和适用的，而我们就可以利用书中提到的五个要素，把“体验”这件抽象的事具体落下来。



从图上来看，这五个层次还是很好理解的。我举一个我的例子，来给你简单地说明一下。

最近，我在一个电商 App 上用积分买购物卡，一张购物卡的面值是 100 元。我想购买 500 元，就将购买数量改成了 5，点击购买，订单提交成功，系统把 5 个购物卡拆成了 5 个 100 元的单独订单。但在支付的时候，我犹豫了一下，我决定还是先买 3 张购物卡。

等我在原有订单上选择 3 张购物卡支付时，发现订单不能只选择 3 张卡，付款 300 元，只能一次性付款 5 个订单的 500 元，而且，取消订单也只能一次性取消 5 个订单。你看，体验很不好！

那么，这个“体验”，主要说的是哪个层次的体验呢？因为它是在流程上对极限情况并没有考虑完整，所以这里说的是框架层体验。

接下来，我们试着练习一下，看你能不能把下面例子中的体验分层。

半夜 3 点，你的肚子饿了。于是，你下单了一个外卖，但是太晚了，你担心商家不接单，你就等呀等，突然，页面弹出了这么一个提示，“商家接单了”，你饥饿的心一下子就稳了。

在等待的过程中，你想知道外卖小哥到底去取货了没有，距离你还有多远的配送距离。这时候，你再次打开了 App，找到了“我的 - 我的订单 - 查看配送”，诶，还有 5 分钟，你的外卖就快到了。

这个例子，我相信你也不陌生。很多看似日常的体验场景，也是可以分出层次的：

App 很明显地告知你“商家接单了”，这个提示信息是为了让用户看到，用弹窗或者某种更加亮眼的配色、动效等，这个体验设计属于表现层的设计；你通过“我的 - 我的订单 - 查看配送”的路径查看配送详情，这是在规划用户使用产品的路径，所以这块的体验设计属于框架层。

表现层和框架层的设计还是比较好区分的，接下来我再说一个结构层相关的体验问题的例子。

小红书这个 App，我想你应该也听说过。在小红书早期的时候，主打的是内容社交，后面随着流量的增多，希望通过流量变现，就逐步上线了商城的功能。但其信息结构上，“我的”Tab 里面只包含了我的笔记、我的收藏、我的点赞等和内容相关的功能入口，但“我的订单”功能入口却被放在了“商城”Tab 里。

所以，在小红书的“我的”Tab 里面，是找不到“我的订单”相关入口的，这个结构划分就会跟大多数用户的操作习惯相矛盾。因为，依据目前一些购物类 App 的结构划分，订单

之类的功能入口都设置在了“我的”模块里面，用户已经养成了一定的认知和使用习惯。

你看，用户在小红书查找“我的订单”时遇到的问题，是不是就属于结构层的体验问题呢？

在用户体验五要素中，表现层、框架层、结构层会直接关系到用户体验的好坏，设计师应该重点关注。但如果想把用户体验做到更好，你还应该对范围层和战略层有一定的了解和研究。

范围层一般指的是产品要包含哪些功能，并且这些功能的优先级怎样排序等；战略层一般指的是要做一个什么产品、这个产品能满足什么用户的哪些需求、要达到什么商业目标等。**它们虽然不会直接影响用户的操作体验，但是在大的方向上，也决定了用户体验的好坏。**

当你熟悉用户体验五要素并加以运用到你遇到的每一个体验问题中，你就可以很快地定位问题的所属层次，也会很快地就想到精准的解决办法。

用户体验设计是一种底层思维

用户是目标用户，体验是分层体验。用户体验就是，你的目标客户从认识你的产品那一刻，到决定购买、使用以及他们在这个过程中一步步过来的感受。

所以，如果我们再一次遇到用户对产品吐槽，我们可以这样分析：

这个用户是我们产品的目标用户吗？

这个用户在吐槽什么问题呢？

他吐槽的这个问题是哪个层次的呢？

反映了他有什么样的需求呢？

他是不是为了吐槽而吐槽，纯粹只是刷个存在感呢？

分析工作做完，我们就有了一致的导向目标，各个职能就会想尽办法，把这些目标一步步拆解成可落地的执行方案，然后发挥自己的专业实力，最优化地解决问题。

其实，不光是处理用户的吐槽，我们还可以通过用户体验的角度去优化我们产品的现有设计。举个我最近在做的一个 B 端金融产品的例子，这个产品的目标用户是小微企业主。

当时，在拜访一个企业主之前，我们观察到这个用户在我们产品上的行为数据，只有转账、复核这种基础操作行为，也就是说，他对我们这个 B 端金融产品的其他功能完全没有兴趣。

可是，我们那个阶段的目的是希望用户能使用记账功能。于是我们试图去找企业主聊一聊，了解情况。

但是，他们平时的工作很多，很杂，所以一开始，这个企业主并不愿意花时间跟我们聊，后来我们观察他吃饭、喝水都比较简单，我们就买了些奶茶和零食，才打开了他的话匣子。

> 我们：记账功能好用吗？
> 他：好，很好，挺好的。
> 我们：好的话，为啥不用我们产品上的记账功能呢？
> 老板回复说：用纸和笔记习惯了。

另外，我们也观察到他使用微信的一些习惯，字号设得特别大，在使用转账时会在输入金额后将手机放远一点，眯着眼睛再确认一下，再进行下一步操作，同时还会用 qq 群来获取商机。

后来，回去后，我们做了以下几件事情：

- 在结构层，优化了产品的入口，让记账功能的入口更显眼，在布局上占更大区域；
- 在框架层，打通支付宝和微信的收支数据，引入 OCR 识别，用户拍一下手工记的帐，就可以综合生成自己店铺的账本清单了；
- 在表现层，把字号也相应调大，让用户再也不用眯着眼睛远远地盯着手机看了。

过了段时间，我们再去调研这位用户，问他产品跟上次比起来有变得更好用吗？这次，他不再假笑说好用好用，还主动提到了记账功能，说可以帮他复盘各平台一个月的收支，简直太好了。

讲这个故事，其实就是想分享一下，我自己在日常生活和工作中，都会将**用户体验设计这件事情变成日常的一个思维模式。**我们要养成日常仔细观察目标用户的习惯，了解他们的行为习惯、思考模式、沟通方式等，这都有助于我们反向推动产品的设计优化。

用户说体验不好时，我会快速地反应，他说什么不好？为什么说不好？哪怕用户不通过语言表达，我们也要主动观察他的行为，并反哺到产品当中，帮助产品有更好的用户体验。

基于这个理念，我们提出：**用户体验设计是一种底层思维。**面对生活或工作中的所有交互，我们可以反复用这种底层思维去拆解用户、拆解体验、拆解我们遇到的各种问题。

炒炒总结

今天，我们主要讨论了一个问题：当别人在说产品体验不好的时候，他在说什么？

为什么要先讨论这个问题？很多设计师在听到用户的抱怨和吐槽后，第一时间就是急急忙忙地去解决问题，而不是针对问题好好拆解，分析问题背后的用户需求。

所以，我给你总结了一个“一句话”方法：**到底是谁，发现了哪种体验上的问题**？也就是，在用户说体验不好时，要先确定他是不是目标用户，要以所处行业为边界，立体去刻画一个人 / 一群人。

其次，在体验方面，我们要通过用户体验五要素来帮助我们定位问题，找到用户说的体验不好是在说哪个层面的体验不好。这样，我们才能确定好改进的目标，拆解我们的行动，找到最优的方案。

最后，**用户体验设计是一种底层思维**，我们要将用户体验这件事变成日常的一个思维模式，帮助我们更好地去了解用户、拆解用户行为和想法，并形成可落地的方案，反哺优化我们所负责的产品。

课后题

在你负责的产品中，最近一次用户吐槽是在吐槽什么？你解决了吗？用户给你的反馈是什么？或者在你印象中，你有没有吐槽过哪个产品体验不好，学完了这节课，你觉得它为什么体验不好？

记得在留言区和我讨论、交流你的想法，每一次思考都会成为你进步的基石。

如果你喜欢今天的内容，也欢迎你把这一讲分享给你的朋友。

感谢你的阅读，我们下一讲再见。

15 人觉得很赞 | 提建议

© 版权归极客邦科技所有，未经许可不得传播售卖。 页面已增加防盗追踪，如有侵权极客邦将依法追究其法律责任。

上一篇 开篇词 | 不解决实际问题的体验设计都是耍流氓

下一篇 02 | 交互设计师可以被产品经理替代吗?

精选留言 (17)

写留言

石云升
2021-01-07

其实早期互联网没有交互设计师这个职位，但用户更注重体验的时候，交互设计师UE的岗位就出现了。
所以我公司很多体验问题都归到交互上，并没有分的这么细。
其中最多的吐槽是，用户不会用。而不会用又分2点
一个是，我们想象中用户操作的1、2、3步和用户真实场景操作的不一致。导致用户用起...
展开

作者回复: 是的，交互设计师岗位是因为行业发展到精细化竞争格局时候产生的。
过去，设计师需要又做交互又做视觉，还要做用研，我在后面的课程会详细讲这个历史故事~~

当用户是目标用户，却不会用的时候，可能是我们的流程设计有问题，可以多考虑用DEMO做走廊测试，多观察用户，然后优化咱们的产品体验设计。
不是目标用户的话，可以忽略他们的问题~~

老年用户的产品需要根据老年用户做特殊化设计。老年用户因为身体机能的退化，对色彩、信息、审美、操作等与身体机能正好的人是不太一样的。

3

Geek_f1dd1f
2021-01-08

老师，那用户吐槽收费贵，而且是4/5用户吐槽收费高这个能从体验层面解决吗？

作者回复: 理论上是可以的，但是我不太确认咱们这边是做什么服务的，所以不太确认理解是否一致。
用户抱怨贵，是觉得花的钱买到的东西或者服务不值的。

之前有个很有意思的app，叫rich，卖99美元，打开就 一张图，我很有钱，用99美元就买张图，然后用来炫耀自己钱多 。这部分有炫耀需求的人是觉得值的。
而我没这个诉求，所以觉得不值。

那真正需要产品服务的，例如咱们这个课程，既然您买了，肯定是目标用户。倘若您觉得贵，一定是觉得我没有帮到你，没有给你提供你需要的东西。想要留住您，要么，我这边升级内容，要么我降低价格。

倘若这课程涨价了，而你用之前的价格买到了这课程，是不是会让你觉得更值了？

不知道我这样说有没有解决您的疑惑呢？

2

Kǎfkā²⁰²¹
2021-01-07

后台型产品的用户体验常常会被忽视。我们有一个CRM产品，用户是我们的运营。有一次运营说他找不到在哪里可以增加合同。结果我们发现，如果在一个大一点的屏幕上，我们的内容都集中于左边，页面是自适应的，增加合同的「+」按钮是在屏幕的最右角。一不留神还真不容易看到，即便看到了用户的鼠标也是要从最左边滑动到最右边。
...
展开

作者回复: 确实呢！对于b端产品来说，效率是最重要的。

3

记事本
2021-01-06

我是冲着声音来的，这个专栏的用户体验不错😊

展开

作者回复: 你的耳朵很有识别好声音的能力！必须给你10086个赞

1 2

邹大雅
2021-01-20

有时候感觉体验五要素中的框架层和结构层边界有点模糊，老师有什么界定标准吗？比如小红书那个例子，我也可以理解他就是把用户路径是那样规划的，那不就是框架层的问题了

作者回复: 用户体验五要素中的五个层面都是相对的，并不会像12345那样有明确的界限。 我再给你举一个例子，希望能帮你进一步理解结构层和框架层的主要差异:假设有10个信息， 我们要把他们按照不同的属性来分类，这种思考就是偏框架层的;分类完成后，我们再研究怎 样把分类好的信息串联起来，要不要设定一些快捷方式把某几个信息块串联起来，或者是每个信息块的内部怎样分布，这个就是偏框架层的思考。

华林
2021-01-18

老师，结构层和框架层的区别看起来不是太明显，有点儿不理解。文中举例 我的订单 的分布问题，小红书放在商城里面，这个说是路径好像也说得通，例如 商城–订单，这个和 我的–订单 看起来是一个东西，为什么会把小红书的说成是结构层问题，而外卖APP就是框架层问题?

展开

作者回复: 谢谢记得留言。
在我看来，虽然两个都是订单，但在文中举例的使用场景不一样。外卖的订单举例是用来说明使用路径问题，所以，这个用户路径层面的问题可以归纳到框架层，如果是讨论外卖的订单功能是放在我的里面还是单独一个tab，那这样的讨论可以归纳到结构层。如果我再拿订单来讨论视觉层的问题，那这个就是可以归纳到表现层讨论。所以，不是订单要放在哪个层，而是要从哪个层来讨论订单功能。以上，希望能解答你的疑惑。

派森
2021-01-15

专业

展开

作者回复: 感谢您的认可！

王小艺
2021-01-15

用户体验五要素那里提到的购买购物卡和点餐的案例，在我的理解里，是不是从不同的角度出发也可以是不同的体验层，比如说商家接单了那个，从它的表现方式上来说是表现层的体验，但另一方面它也是一个功能，那属不属于范围层呢?
因为一直困扰在如何判断一个点到底是属于哪个层的问题上，所以还是想问下~

展开

作者回复: 是哒。借用用户体验五要素是方便大家更好理解产品的体验分层。
在产品设计中，提醒确实是个功能点，做还是不做，就是范围的划定问题。

我个人呢，认为人是上帝的产品 。
对于用户体验五要素有个人骨架映射，分享给你，欢迎继续留言讨论。
战略层：就像人的基因，决定了你是什么人种？白的还是 黑的
范围层：就像你的器官，每个器官负责不一样的功能；长什么器官，不长什么器官要定好 ，不然就会畸形。
结构层：就像你的骨骼，稳不稳要靠骨头撑着；不稳就 要散架啊
框架层：就像你的肌肉和皮肤，通过练习，可以让观感和使用感看起来更hot
表现层：就是你给别人看到的样子。素颜、还是化妆？红衣服还是白衣服？是他人对你的第一印象

万物皆可产品化。

1

左子穆
2021-01-07

加深了交互的了解。后续可以和交互比较好的交流。

展开

作者回复: 你好，确实是这样呢。

彼此多了解后，可以更好的协作呢～

大土豆
2021-01-06

老师一乙级别的酥麻普通话确实是，用户体验很好啊。。。

作者回复: 可以的！五感自然舒服是好体验的最高境界！

枫霜叶落
2021-01-06

很不错，很好的课程

展开

作者回复: 谢谢你

Geek_a56b19
2021-01-06

这个真的太棒了吧!

展开

作者回复: 谢谢

听水的湖
2021-01-06

学到了，这节课从“体验不好”的抽象问题出发，深入分析了这么多层次，叹为观止。

作者回复: 谢谢你

JamesKB
2021-01-06

炒炒老师的声音很好听，让我愿意主动提高自己的设计审美

作者回复: 这个可以，设计的能力项里面，设计审美也是非常重要的一个环节。
会在02节里讲到哦~记得持续关注

开门见山
2021-01-06

蛮好的课程

展开

作者回复: 谢谢

风雨兼程
2021-01-06

每天进步一点点，很棒

展开

作者回复: 谢谢
我们一起加油！每天进步一点点，每天都离最好的自己更近一点

哈喽哈喽哈
2021-01-06

每天进步一点点，很棒

展开

作者回复: 感谢
每天进步一点点，一起加油